

Anna Nagl

Der Businessplan

Geschäftspläne professionell erstellen

Mit Checklisten und Fallbeispielen

4., überarbeitete und erweiterte Auflage



t. ^ M • LIECHTENSTEIN -:c-fry
Bibliothek

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
Einleitung	13

Teil I

Module eines Business-/Geschäftsplans

1. Executive Summary.	19
2. Geschäftsmodell/Unternehmenskonzept.	21
	<i>HU-*</i>
3. Zielmarkt.	23
3.1 Informationsgewinnung	24
3.2 MarktentwicklmgZ-prognose	24
3.3 Wettbewerbsanalyse	25
3.4 SWOT-Analyse	29
4. Ziele und Strategie.	34
4.1 Wettbewerbsstrategie	34
4.2 Marktfeld-/Zielgruppenstrategie	37
5. Leistungs- und Produktportfolio.	40
5.1 Portfolio	40
5.2 Serviceleistungen	42
5.3 Rechtliche Voraussetzungen	43
5.4 Schutzrechte	43
5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung	4\$
6. Marketing und Vertrieb.	47
6.1 Marktsegmentierung und Positionierung	49
6.2 Produkt- und Leistungspolitik	50
6.3 Preispolitik	52
6.4 Vertriebspolitik	54

6.5 Kommunikationspolitik	57
6.6 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.	59
7. Management, Personal und Organisation	62
7.1 Management und Personal.	62
7.2 Organisation.	63
8. Chancen und Risiken.	68
9. Finanzplanung	71
9.1 Bedeutung der Finanzplanung.	71
9.2 Bestandteile und Aufbau der Finanzplanung.	72
9.3 Darstellung der Finanzplanung.	88
10. Hilfreiche Hinweise.	89

Teil I

* t

Fallstudie AeroLas GmbH: State of the Art

** ""

Vertraulichkeitserklärung.	95
1. Executive Summary.	97
2. Die AeroLas GmbH	100
2.1 Profil und Meilensteine.	100
2.2 Vorteile für strategische Investoren.	103
2.3 Unternehmensvision.	104
3. Der Zielmarkt	106
3.1 Der Markt für Lager-und Führungskomponenten.	106
3.2 Der Markt für luftgelagerte Antriebssysteme.	108
3.3 Potenzielle Zielbranchen.	109
3.4 Die Marktsegmentierung.	111
3.5 Die Zielkunden.	112
3.6 Business Cases.	116
3.7 Das Marktpotenzial.	117
3.8 Der Wettbewerb.	118
3.9 Die Marktposition von AeroLas.	119

4. Ziele und Strategie	121
4.1 Unternehmensziele.	121
4.2 Strategie.	122
5. Das Leistungs- und Produktportfolio.	124
5.1 Konventionelle Luftlager.	124
5.2 Die Luftlagertechnologie von AeroLas.	126
5.3 Luftgelagerte Antriebssysteme.	128
5.4 Sicherung des Technologievorsprungs.	130
5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung.	131
6. Marketing und Vertrieb.	134
6.1 Marketingstrategie und Positionierung.	134
6.2 Produktstrategie.	135
6.3 Vertriebsstrategie.	137
6.4 Preisstrategie.	139
6.5 Kommunikationspolitik.	140
7. Management, Personal und Organisation.	142
7.1 Führungsgrundsätze.	142
7.2 Geschäftsführung und Schlüsselpersonen.	143
7.3 Organisationsstruktur.	144
7.4 Personalplanung.	144
7.5 Controlling und Berichtswesen.	145
8. Chancen und Risiken.	146
8.1 Chancen.	146
8.2 Risiken.	147
9. Finanzplanung	148
9.1 Umsatz- und Ergebnisplanung.	148
9.2 Personalkostenplanung.	149
9.3 Investitionsplanung.	149
9.4 Cash-flow-Planung	150
9.5 Fortschreibung Cash-flow-Planung	150
10. Anhang.	151
10.1 Schutzrechte.	151
10.2 Presseartikel.	151

Teil III

^ - A - V . • r

Erfolgsfaktoren

1. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank	155
1.1 Begriffsklärung Basel II und Rating	155
1.2 Typische Fehler kreditsuchender Unternehmen . \$ v W *••;1.	158
1.3 Falldarstellung	160
1.4 Konsequenzen	182
2. Erfolgskriterien eines Business-/Geschäftsplans aus Sicht des Risikomanagements	184
2.1 Markt und Wettbewerb.	185
2.2 Kunden	185
2.3 Lieferanten.	186
2.4 Bestandsmanagement	187
2.5 Finanzierung	188
2.6 Versicherung/Absicherung	191
2.7 Planung und Controlling	191
2.8 Management und Mitarbeiter.	192
3. Erfolgsfaktoren aus Sicht des Gründers und Unternehmers	193
3.1 Fehleinschätzungen	193
3.2 Wichtige Erfolgsfaktoren	199
3.3 Business-/Geschäftspläne nach der Gründungsphase.	203
3.4 Planungsmethoden in späteren Unternehmensphasen	207
3.5 Bedeutung des Businessplans bei Eigentümerwechsel	224
3.6 Fallbeispiel Peppercon AG Zwickau.	231
Zusammenfassung	237
Nachwort	238
Glossar	239
Abbildungsverzeichnis.	244
Tabellenverzeichnis....., , , ,c . •• •'••"• •• i * *; i '• !* * v.	246
Literaturverzeichnis, . . * . . . , . . .	248
DieAutonn . . *.*» «	249
Stimmen zum Buch ••-,* * ?•?.	250